

Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Blogprojekt

Sie und die meisten anderen Leser werden bereits die ersten Blog-Versuche hinter sich haben oder schon erfolgreich einen Blog betreiben. Wir werden immer wieder gefragt, welche Voraussetzungen denn ein guter Blog beziehungsweise ein guter Blogger mit sich bringt. Sie benötigen im Grunde nur wenige Dinge, um Erfolg mit Ihrem Blog zu haben:

- **Spaß am Schreiben**, und dieser Faktor ist nicht zu unterschätzen. Ihr Blog, egal welcher Art, wird nur dann erfolgreich sein, wenn Sie ihn regelmäßig (!) mit werthaltigen, neuen und für die Leser interessanten Inhalten füllen. Nicht jeder Mann und jede Frau ist hierfür »geboren«, und manche stoßen hier schneller an ihre Grenzen, als ihnen lieb ist. »Über was soll ich denn nun überhaupt noch schreiben?«, kommt dann oft als Frage auf. Ein Blog wird nicht über Nacht ein Erfolg, Sie müssen gerade zu Beginn sehr viel Ausdauer beweisen und an das langfristige Ziel glauben. Mit der Zeit entwickeln Sie eine Routine und haben immer mehr Spaß am Schreiben, wodurch Ideen für neue Blogbeiträge fast von alleine entstehen.
- **Interesse, Kenntnisse im und Freude am jeweiligen Blog-Thema**. Die oft gehörte Frage »Mit welchem Thema kann ich denn am meisten Geld verdienen?« ist unseres Erachtens fatal.

Nicht nur, dass es Ihnen als Blogger keinen Spaß machen wird, einen Blog mit Leben zu füllen, dessen Thema Ihnen nicht sonderlich gut liegt, sondern auch, weil die Leser dies merken und entsprechend darauf reagieren – mit negativen Kommentaren, mangelnder Interaktion oder ihrer Abwesenheit. Ein solches Vorhaben wird keinen nachhaltigen Erfolg erzielen, es sei denn, Sie möchten einen rein suchmaschinenoptimierten Ansatz fahren, bei dem die eigentlichen Inhalte keine größere Rolle spielen. Das hat dann aber mit dem Thema »Bloggen« nicht mehr wirklich viel zu tun.

- **Die notwendigen technischen Hilfsmittel**: Diese sind – anders als etwa im nativen HTML-Bereich – dank der frei verfügbaren Hilfsmittel von WordPress & Co. auch für (IT-technische) Einsteiger schnell zu erlernen sowie einfach und äußerst effizient zu bedienen. Zudem erfreut sich die Blogosphäre einer wachsenden und sehr hilfsbereiten Entwickler-Community, in der Probleme gemeinsam und in der Regel relativ schnell gelöst werden können. Viele Entwick-

ler helfen Ihnen gerne weiter, wenn Sie ein ehrliches Interesse an der Materie und an der Mitarbeit in der Gemeinschaft zeigen.

Hilfe zur Selbsthilfe erhalten Sie durch hervorragende Literatur wie etwa das Standardwerk *WordPress-Praxisbuch* von Vladimir Simović alias Perun und seiner Frau Thordis oder durch das umfassende *WordPress-Handbuch* von Alexander Hetzel. Daneben bieten aber auch zahlreiche Dienstleister die Erstellung oder Erweiterung von Blogs für – im Vergleich zur »normalen« Webseitenprogrammierung – wenig Geld an.

- **Die notwendigen Sachkenntnisse zur erfolgreichen Vermarktung eines Blogs.** Oder an dieser Stelle besser formuliert: die Lernbereitschaft und Offenheit gegenüber dem Thema »Blog Boosting«. Die notwendigen Sachkenntnisse vermitteln wir Ihnen in diesem Buch.

Bei privaten oder selbstständigen Blogbetreibern gehen wir davon aus, dass alle diese Faktoren und Voraussetzungen vorhanden sind. Interessanter wird es für Unternehmens- und Marketingleiter, die sich in nächster Zeit an dem Experiment eines Corporate Blogs versuchen wollen.

Meike Leopold, ihrerseits Unternehmensbloggerin und Buchautorin weiß, warum immer mehr Unternehmen diesen Schritt gehen:

»Häufig geht es darum, zeitgemäßer und agiler zu kommunizieren, sich für den Dialog im Netz zu öffnen, Themen zu setzen oder die Marke damit in ein besseres Licht zu rücken. Auch die informellere Art und Weise, mit der sich komplexe Sachverhalte auf einem Unternehmensblog erklären lassen – ein Beispiel wären Banken- oder Versicherungsthemen – übt sicher ihren Reiz aus. Zudem kann ein Unternehmen auf dem eigenen Blog die Spielregeln selbst bestimmen und ist nicht von den Entscheidungen von Drittanbietern wie Facebook & Co. abhängig.

Viele Unternehmen machen mit ihrem Blog von Anfang an einen tollen Job. Allerdings gelingt das nicht allen. Der Unternehmensblog ist ein eigenständiges Medium mit eigenen redaktionellen Anforderungen, in dessen Pflege Ressourcen und damit Geld investiert werden müssen«.

Denken Sie gut über die oben genannten Punkte nach, bevor Sie sich an die Konzeption sowie die Betreuung eines Unternehmensblogs wagen oder jemanden hiermit beauftragen. Nicht immer ist der geniale Direkt- oder gar Online-Marketing-Spezialist gefragt. Schauen Sie sich gut um: Nicht wenige der besten Blogger, die wir kennen, arbeiten hauptberuflich für ein namhaftes Unternehmen, sind dort jedoch noch nie mit der für die Blog-Kommunikation verantwortlichen Abteilung in Berührung gekommen.

Ein (guter) Corporate Blog funktioniert nicht »mal eben so nebenbei«. Diesen dem ohnehin schon sehr stark ausgelasteten Marketingmitarbeiter aufzuschwatzen, als kleines Nebenprojekt, das wird sich nicht rechnen. Schauen Sie sich besser auf dem (Blog-)Stellenmarkt nach einem echten freiberuflichen beziehungsweise auch fest angestellten Experten um. Oder aber nach einer geeigneten und auf Firmenblogs spezialisierten (!) Agentur. Ein erfolgreicher Firmenblog wird diese Investition deutlich mehr als einfach nur refinanzieren. Sie profitieren beispielsweise durch eine bessere Auffindbarkeit Ihrer Marke im Internet, durch ein höheres Maß an Vertrauen Ihrer Leser und Kunden sowie insgesamt durch eine bessere Online-Reputation. Und damit gehen wir über zu den »Verhaltensregeln« in der Blogosphäre.